جامعة الجزائر

كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير

الملتقى الدولي الأول حول:

الشفافية و نجاعة الأداء للاندماج الفعلي ~
في الاقتصاد العالمي~

الجزائر: – ماي – ž جوان žž

مداخلة بعنوان:

التجارة الالكترونية: واقع و آفاق

تقديم:

د/شريط رابح– أستاذ محاضر (جامعة الجزائر)

عميد كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير

التجارة الالكترونية: واقع و آفاق

د/شريط رابح- أستاذ محاضر
عميد كلية العلوم الاقتصادية و علوم التسيير

~

مدخل:

إذا كانت العولمة هي السمة المميزة لعالم اليوم، فإن ذلك تحقق بفعل انتشار و توسع الشبكة العالمية للانترنيت، التي ساهمت في تسهيل التجارة في السلع و الخدمات و توسع نطاق التجارة في الخدمات. و ساهمت من جهة أخرى في تسريع حركة رؤوس الأموال.

إن استخدامات الانترنيت في مجال الأعمال عديدة. إذ عمل على تمكين المؤسسات الصغيرة و المتوسطة من تقليل دائرة المنافسة العالمية، كونه يعمل على تخفيض حواجز دخول هذه المؤسسات، و تكلفة المعاملات و البحوث. و يقلل من الفجوة و المسافة بين المشترى و البائع.

إن استخدام الانترنيت في مجال الأعمال أدى إلى بروز مصطلحات و مفاهيم جديدة مثل الاقتصاد الافتراضي، التجارة الالكترونية، الاقتصاد الرقمي، النقود الالكترونية .... الخ من المصطلحات و المفاهيم.

مفهوم التجارة الإلكترونية:

يتم تعريف التجارة الإلكترونية على أنها " مختلف المبادلات الإلكترونية ذات الصبغة التجارية " و تعرف على أنها "الاستعمال الأمثل لتكنولوجيا المعلومات التي تسمح بضمان و تطوير المبادلات التجارية، و تتم عن طريق البريد الالكتروني، الشبكة، المجلات ذات الطبيعة الإلكترونية، مبادلات الأموال: إلكترونيا و تبادل المعلومات إلكترونيا".

و يتسع مجال التجارة الإلكترونية من يوم إلى يوم. إذ يشمل حاليا: إنشاء و تسجيل المواقع، تبادل البريد الإلكتروني بين المتعاملين في التجارة الإلكترونية، تبادل البيانات الإلكترونية (و من ذلك تبادل المعلومات عن السلع و الخدمات، المراسلات الإلكترونية، التعاملات المصرفية الإلكترونية و إصدار الفواتير الإلكترونية)، الرعاية و الإعلان عن التجارة الإلكترونية، التفاوض على الانترنيت و الشبكات الأخرى، إبرام عقود بيع السلع

و الخدمات على الانترنيت ثم تراخي التسليم و السداد في الزمان و المكان بالطريق المادي خارج الشبكات و الانترنيت [و ذلك في حالة السلع المادية و الخدمات المجراة خراج الشبكات الإلكترونية]، سداد الالتزامات المالية الناجمة عن عقود التجارة الإلكترونية، المتابعة الإلكترونية لعمليات التعاقد و تنفيذ الصفقات و التوزيع للسلع و الخدمات.

و يتم تقسيم التجارة الإلكترونية بحسب الأطراف المتعاملة التي هي في العادة: المؤسسات، المستهلك، الإدارة على النحو التالي:

–) – من المؤسسة (B) إلى المؤسسة (B) [BTOB] :و تتعلق بالمعاملات بين المؤسسات حيث تقرر المؤسستان تبادل المعلومات و المعاملات عبر وسيط إلكتروني. و قدرت التعاملات في هذا النوع ما بين žž إلى žž مليار دولار سنة –žž ، و ما بين ž – ž مليار دولار سنة žž .

) – من المؤسسة (B) إلى المستهلك(C) [BTOC] : و تتعلق بالمعاملات بين المؤسسات و المستهلكين حيث يتم البيع إلى المستهلكين أو الحصول على خدمات الأفراد من ممثل المؤسسات. و قدرت التعاملات في هذا النوع بـــ ž مليار سنة – و بأكثر من ž– مليار سنة žž .

) – من المؤسسة (B) إلى الإدارة (A) [BTOA] : و تتعلق بالمعاملات التي تتم بين الإدارات و المؤسسات مثل التصريحات الجبائية، التحصيل الجبائي، الضمان الاجتماعي .....الخ.

) – من المستهلك (C) إلى المستهلك (C) [CTOC] : و تتعلق بالمعاملات التي تتم بين المستهلكين بعضهم ببعض كالرد على الإعلانات.

) – من الإدارة (A) إلى المستهلك (C) [ATOC] : و تتعلق أساسا بخدمات الحكومة الإلكترونية كخدمات الحالة المدنية، استخراج بعض الوثائق الأخرى.

و إذا كان من الممكن القيام بالتجارة الإلكترونية عبر مجموعة من الوسائط كالهاتف المينيتيل، الشبكات الداخلية للمعلومات، فإن الانترنيت هو أهمها، كونه يسمح بالوصول إلى أكبر عدد من المستعملين سواء كانوا مؤسسات أو مجرد أفراد من جهة، و من جهة أخرى نتيجة التوسع في استخدام و انتشار الانترنيت إذ قدرت مؤسسة International Data Corporation أن مستخدمي الانترنيت سوف يرتفع من مليون عام žžž إلى أكثر من /– مليار عام žž . مما يكون له الأثر على حجم التجارة الإلكترونية.

تطور التجارة الإلكترونية في الدول المتقدمة:

لقد تطور استعمال التجارة الإلكترونية بسرعة كبيرة في الدول الصناعية المتقدمة. فأوروبا قد حققت ما بين –– žž ما مقداره ł مليار دولار. و كان حجم طلبات الزبائن في كندا عبر الانترنيت سنة žž في حدود ł مليار دولار. و يمثل ذلك زيادة مقدارها ł % عن المستوى المحقق في – و الذي بلغ ł مليار دولار. و لقد نما حجم التجارة الإلكترونية بالنسبة لإجمالي حجم التجارة الإجمالية. ففي أمريكا الشمالية، انتقلت النسبة من % سنة – إلى % سنة žž . و في أوروبا الغربية انتقلت النسبة من % سنة – إلى — سنة žž . و يعكس هذا في النهاية حجم مستخدمي الانترنيت. فلقد قدرت بعض الدراسات أن المستخدمين المشتركين بصورة مباشرة في شبكة الانترنيت قد بلغ أكثر من žž مليون مستخدم في نوفمبر žžž منهم حوالي % في الولايات المتحدة، كندا و أوروبا. و ارتفعت كثافة استخدام الانترنيت إلى ما يزيد عن % في الولايات المتحدة و كندا بينما بلغت النسبة –% في الشرق الأوسط و łž% في إفريقيا.

جدول يوضح مستخدمي الانترنيت على المستوى العالمي:

	عدد المستخدمين بالمليون	نسبة المستخدمين إلى مجموع المستخدمين على المستوى العالمي	نسبة المستخدمين إلى عدد السكان
المجموع على المستوى العالمي:	ž	–žž	ł
إفريقيا	ž łž	žł	žł
آسيا و المحيط الهادي	–ž	ł	ž łž
أوروبا	——	ł	– ł–
الشرق الأوسط	ž łž	žł	ž–ł–
أمريكا اللاتينية	– łž	ž ł	ž ł
الولايات المتحدة و كندا	–	–łž	ł

المصدر: مجلة التمويل و التنمية ،عدد سبتمبر–žž ، ص .

و أدى هذا التطور في استخدام الانترنيت و التجارة الإلكترونية في الدول الصناعية، و تواضع هذا الاستخدام في الدول النامية، إلى ظهور ما يعرف بالفجوة الرقمية. و هي تعبير عن درجة التفاوت الموجودة بين الدول الصناعية و الدول النامية في المجال الرقمي. و يتم قياسها بالمقارنة بين أعداد الحواسيب و قوتها في الدول و مدى انتشار استخدام اللغات على الانترنيت. فلقد ظهر أن أعلى نسبة للحواسب الشخصية في المنازل هي هولندا بـــ %، % في استراليا، – % في الولايات المتحدة الأمريكية، % في الدانمارك، % في فلندا، % في اليابان، % في كندا، % في انجلترا و % في فرنسا. و لقد تبين أن أكثر اللغات استخداما في التجارة الإلكترونية هي اللغة الإنجليزية بنسبة ł % و يوزع الباقي على مختلف باقي لغات العالم و منها الفرنسية بنسبة ł%ž.

متطلبات التجارة الإلكترونية:

إن قيام التجارة الإلكترونية يتطلب من المؤسسات مراجعة التنظيمات و الهياكل القائمة، و القيام باستثمارات إضافية للحصول على التكنولوجيا المناسبة. و عموما تكون المؤسسة مضطرة على مراعاة و توفير ما يلي:

- ☒ إعداد و تهيئة جميع الموارد المتاحة –خاصة البشرية منها– للتعامل إلكترونيا مع الغير، و الاهتمام بتجارة الدول الأخرى للإفادة منها عن طريق اقتناء المجلات و الدوريات المتخصصة في المجال. و أن تعمل الدوائر القانونية على مراجعة التشريعات القائمة و تكييفها مع الواقع الجديد.
- ☒ اقتناع المؤسسة بالتجارة الإلكترونية بأنه أسلوب جديد في المعاملات المحلية و الدولية، يمكن المؤسسة من تنمية علاقاتها مع الغير، خاصة إذا تمت متابعة المؤشرات السوقية في الداخل و الخارج بما يتيح تقدير امكاناتها و قدراتها على المنافسة أو الاختراق أو التوسع.
- ☒ إيلاء العناية للمعلومات و الاتصالات كونها القاعدة الأساسية في عملية اتخاذ القرار، ذلك أن تطوير و تحديث نظام المعلومات يساعد على ترشيد القرارت، و يمكن من رفع الأداء إذا ما كان العامل البشري مدربا و مؤهلا لإدارة شبكة المعلومات باستخدام شبكة الانترنيت.
- ☒ الاهتمام في المراحل الأولى بالزبائن الأوفياء لتفادي الإخفاقات الممكن حدوثها نتيجة عدم التحكم في تقنيات التجارة الإلكترونية.

- ☒ و يبقى نجاح التجارة الإلكترونية متوقفا على مدى قدرة المجتمع على التحكم في مجموعة من القضايا، أهمها:
- ☒ توفير الأمن، خاصة أمن المعلومات و حمايتها من الاختراق و التزييف؛
- ☒ احترام الخصوصيات الفردية و الثقافية؛
- ☒ مراعاة و حماية حقوق الملكية الفكرية.

التجارة الإلكترونية و المؤسسة:

تعمل التجارة الإلكترونية على إفادة المؤسسة من مجموعة من المزايا الهامة، أبرزها:

- ♦ العمل على زيادة و تطوير الأسواق نتيجة الوعي الذي يحصل لدى رجال الأعمال بالفرص الجديدة المتاحة عبر التجارة الإلكترونية؛
- ♦ إفادة الفقراء و محدودي الدخل من ولوج عالم التجارة الإلكترونية من خلال تطوير تكنولوجيا الاتصال؛
- ♦ تساعد المؤسسات على اعتماد أسعار تنافسية و تمكن المستهلكين من اختيار شبكة واسعة من المنتجات و الخدمات بطرق شفافة؛
- ♦ تساعد التجارة الإلكترونية على التحكم في عنصر الزمن من خلال السرعة في إنجاز العمليات و تمكين المؤسسات من التعاون فيما بينها مهما كان موقعها الجغرافي، خاصة لما يتعلق الأمر بتبادل المنتجات الرقمية التي يمكن تحسينها و زيادة جودتها و فعاليتها عن بعد.
- ♦ تتيح التجارة الإلكترونية إيجاد فرص جديدة للعمل من خلال خلق وظائف نوعية جديدة و بروز أشكال جديدة من الخدمات مثل توفير الانترنيت، و توفير محتويات البرامج و ترجمتها إلى أكثر من لغة.

الجزائر و التجارة الإلكترونية:

تعتبر الجزائر حسب تقرير التنمية الإنسانية العربية لسنة žž و التقرير الاقتصادي العربي الموحد لنفس السنة من أضعف الدول العربية استخداما للانترنيت لارتفاع تكلفة استخدام الانترنيت و ضعف البنية التحتية للاتصالات. فمعدل التغطية الهاتفية لا يتعدى مثلا خط لكل شخص و هو بعيد عن المعدل العالمي خط لكل ž أفراد.

و هذا ما يتطلب من الجزائر الاهتمام بالجوانب التالية:

- ❖ الاهتمام بالمسألة اللغوية، باعتبار اللغة هي العنصر الأساسي للتحكم في التكنولوجيا الحديثة، لأن هناك لغات مسيطرة على إنتاج المعلومات الآلية، بما يجعل التحكم في مثل هذه اللغات أمرا ضروريا، إلا أن الواقع يظهر أن موقع اللغات الأجنبية لم يتحدد بشكل دقيق ضمن المناهج و البرامج المدرسية و الجامعية.
- ❖ توفير الإطار القانوني الملائم، باعتبار لكون التجارة الإلكترونية هي عبارة عن ثورة في مجال المعاملات، تختلف جذريا عن المعاملات التقليدية، مما يؤدي إلى ضرورة مراجعة القوانين بشكل ينسجم و متطلبات المحيط الجديد. صحيح أن هناك قوانين كالمرسوم التنفيذي – المعدل و المتمم المتعلق بكيفيات و شروط وضع و استغلال خدمة الانترنيت، إلا أن ذلك غير كاف لأن الأمر يتعلق بقوانين حماية المستهلك، القانون الضريبي، الإطار العام لإبرام العقود، الانسجام مع التشريعات العالمية مع مراعاة الأعراف و التقاليد المحلية.
- ❖ إعادة هيكلة قطاع المواصلات، بتحويله على مؤسسات تنافسية، و التقلص من حجم القطاع العام و تحرير القطاع و هذا في إطار سياسة وطنية هادفة و تستجيب لمتطلبات قطاع الأعمال و تؤدي إلى زيادة استخدام الانترنيت و الحصول على الحواسيب.
- ❖ تحديث النظام المصرفي، باعتباره أحد العوائق لنمو التجارة الإلكترونية، و هذا من خلال تحسين أدائه و إدخال نظام بطاقات الدفع و المعاملات المالية التي تسهل عمليات التسديد و الدفع المباشر و العمل على إقناع التجار بقبول الدفع عن طريق البطاقات و تمكينهم من الأجهزة التي تسمح بذلك. و توفير مختلف أشكال الحماية و الأمن بالنسبة لحاملي هذه البطاقات مع تمكين البنوك من شبكة اتصال متخصصة تربط بين البنوك حتى تتمكن من إنشاء وسائل دفع إلكترونية و تقليص مدة الاتصال بين البنوك..

هذه بعض الأفكار و المعالم التي يمكن الاسترشاد بها في تحسين مناخ الأعمال الملائم لممارسة التجارة الإلكترونية، باعتبارها واقعا عصريا جديدا، و عاملا من عوامل تنافسية الاقتصاد الوطني.

مـراجـع

- بختي إبراهيم، دور الانترنيت و تطبيقاته في المؤسسة، أطروحة دكتوراه دولة، جامعة الجزائر žž .
- صندوق النقد العربي، التطوير الاقتصادي العربي الموحد، أبو ظبي: الصندوق، سبتمبر žž .
- برنامج الأمم المتحدة الإنمائي، تقرير التنمية الإنسانية العربية للعام žž .
- صندوق النقد العربي، العولمة و إدارة الاقتصاديات الوطنية، أبو ظبي: الصندوق، žžž .
- أشفق اسحق، "حول الفجوة الرقمية العالمية" في التمويل و التنمية، العدد ، سبتمبر žž .